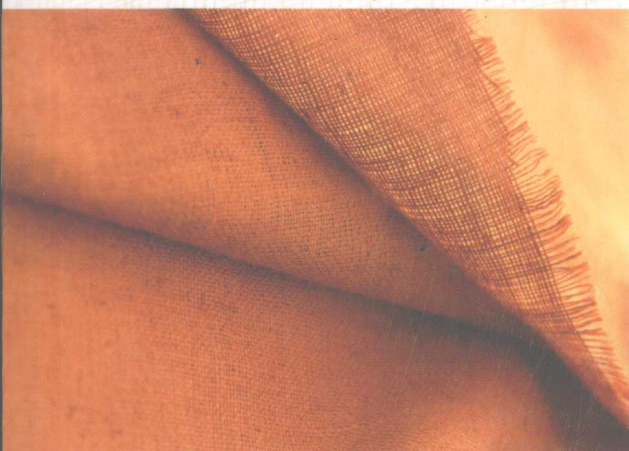


外贸业务员必读丛书



纺织品服装国际贸易基础知识

暨纺织品服装外贸业务手册

施用海 吴鹤松 主编



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

2008版

外贸业务员必读丛书

纺织品服装国际贸易基础知识

暨纺织品服装外贸业务手册

(2008 年版)

主编 施用海 吴鹤松

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

纺织品服装国际贸易基础知识暨纺织品服装外贸业务手册: 2008 版/施用海, 吴鹤松编著. —北京: 中国商务出版社, 2007.12

ISBN 978-7-80181-779-2

I. 纺… II. ①施… ②吴… III. ①纺织品—国际贸易—手册 ②服装—国际贸易—手册 IV. F746.8-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 187036 号

外贸业务员必读丛书
纺织品服装国际贸易基础知识
暨纺织品服装外贸业务手册
(2008 年版)
主编 施用海 吴鹤松
中国商务出版社出版
(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)
邮政编码: 100710
电话: 010-64269744 (编辑室)
010-64295501 (发行部)
010-64266119 (发行部)
零售、邮购: 010-64263201
网址: www.cctpress.com
E-mail: cctpress@cctpress.com

北京中商图出版物发行有限
责任公司发行
北京密兴印刷厂印刷
880 毫米 × 1230 毫米 16 开本
35.5 印张 924 千字
2008 年 1 月 第 1 版
2008 年 1 月 第 1 次印刷
印数: 3000 册
ISBN 978-7-80181-779-2
F·1078
定价: 70.00 元

编 委 会

- 施用海** 中国国际贸易学会会长、研究员，国家社科基金项目国际问题研究学科评审组成员，国家食物与营养咨询委员会委员；原对外贸易经济合作部国际贸易经济合作研究院院长。
- 吴鹤松** 原纺织工业部办公厅主任，兼中国纺织工业经济研究中心主任、中国纺织报社首任社长；原中国纺织总会纺织工业咨询委员会常务副主任；高级工程师，国家级有突出贡献专家。
- 沙 玮** 中国国际贸易学会顾问，《国际贸易论坛》主编，高级经济师，《对外经贸实务》编委会委员、原对外贸易经济合作部西亚非洲司司长。
- 陈义方** 中国纺织报社首任总编辑，原中国纺织总会纺织工业咨询委员会秘书长；中国报业协会第二届副会长；高级经济师。
- 薛庆时** 中国纺织报社原总编辑，原中国纺织总会纺织工业咨询委员会委员；高级编辑。
- 李学新** 中国商务出版社编辑部主任，《国际贸易》杂志社副社长；北京中商图发行公司总经理；中国国际贸易学会培训部主任。

序 一

改革开放以来，我国纺织品服装出口量一直稳定增长。纺织品服装业成为我国对外贸易名副其实的传统优势产业，为扩大我国出口，增加劳动就业，促进经济发展，作出了积极的贡献。

但是，随着国内外经济环境的发展变化，尤其是我国加入世界贸易组织进入纺织品服装后配额时代，我国纺织品服装出口面临着前所未有的挑战。

中国作为一个负责任的贸易大国，以促进贸易平衡发展，调整产业结构，提升国际竞争力，为我国发展外贸的目标。这也对我们今后的外贸工作提出了新课题。

另一方面，中国不仅是纺织品服装的主要出口国，同时也是纺织品、纺织原料和纺织机械的主要进口国。

因此，只要我们认清国际、国内经济环境，掌握国际贸易基础知识，利用好国际贸易规则，扬长避短，善用机遇，将能在后配额时代把我国纺织品服装贸易发展到一个新的阶段。

中国国际贸易学会和原中国纺织总会纺织工业咨询委员会的专家们，利用其在理论研究及实践经验方面的优势，用了两年时间，编写出版了这本《纺织品服装国际贸易基础知识暨纺织品服装外贸业务手册》，是很有意义的。我希望本书的出版，能够对促进我国纺织品服装国际贸易，加强国际合作有所裨益。

中国国际贸易学会名誉会长

沈觉人

2007年7月30日

序 二

参与世界纺织品服装贸易，首要的问题，必须随时研究和了解世界贸易现状和发展趋势，研究和了解中国纺织、服装业面临的国际、国内发展环境；做到知己知彼，采取正确的方针政策和措施，趋利避害，扬长避短，应对挑战。与此同时，要熟悉世界贸易组织的规则体系，熟悉主要贸易伙伴国的市场特点和贸易法规，熟悉与纺织品服装贸易有关的相应外贸实务，熟悉纺织品服装的商品知识，从而持续推进纺织品服装出口并取得更多的经济效益，促使我国纺织品服装贸易登上更高的发展平台。

纺织品服装进出口，是全球货物贸易的一个重要组成部分。纺织品服装出口总额，早在 1980 年已达 960 亿美元；其后逐步上升，到 2005 年达 4896 亿美元。从 1980 年至 2007 的近 30 年间，总的来看是持续缓缓上升，没有大起大落。在全球商品总出口额中所占比率一直稳定在 6%~8%。正由于贸易规模巨大，关系着众多主要进口国和主要出口国的纺织业兴衰、劳动就业、贸易收支平衡，长期以来市场竞争非常激烈。自 1948 年 1 月 1 日关贸总协定（GATT）开始生效，1995 年 1 月 1 日世界贸易组织（WTO）正式成立以来，纺织品服装贸易一直是全球货物贸易中的一项重要议题（诸如进口设限与配额制度问题，倾销与反倾销问题，原产地问题，走向贸易自由化的步骤与日程问题……）。

2005 年 1 月 1 日，实行多年的世界纺织品服装贸易配额制被取消，纺织品服装贸易进入贸易自由化的新时代。纺织品服装的世界贸易得到了迅速的扩大，推动了世界经济的提升，给各国人民经济生活的改善带来了实实在在的利益。但是，问题并没有到此为止。贸易保护主义的一些老手法（关税壁垒，进口数量设限等）退出了舞台，却又出现了一些变相的做法。进入 21 世纪以来，经济全球化的大趋势，世界范围经济的新发展，由西欧国家掀起的“生态纺织品”等现代消费观念，也在多方面给予纺织品服装国际贸易以重要影响。从而，形成了当代纺织品服装贸易众多新特点：

第一，世界纺织品服装贸易实行了几十年的配额制度的取消，对一些主要进出口国纺织工业的生产和贸易带来了巨大的挑战。近年来，许多国家包括发达国家和

发展中国家纺织业，都在探索配额取消后的新形势和应对措施。近年一些纺织品服装主要进出口国，普遍面临的问题是：

①反倾销已成为实施贸易保护主义的主要手段。不但发达国家惯用它，发展中国家成员也越来越多地利用它。WTO 规则中的反倾销条例，其双刃剑的特性已开始显露。

②反补贴。按照 WTO 条文，凡进口产品存在出口方政府补贴，并对进口国已经建立的国内产业造成实质损害或者产生实质损害威胁，或者对建立国内产业造成实质阻碍，进口国可以对该产品进行调查，采取反补贴措施。但根据规定，只有承认某一成员国市场经济地位，才能对该国进行反补贴调查。随着我国市场经济地位被更多国家承认，反补贴这一壁垒也将随之而至。

③技术性贸易壁垒、环保壁垒和知识产权壁垒越来越成为贸易壁垒的主要形式。技术性贸易壁垒、环保壁垒和知识产权壁垒，一般表现为技术法规、标准和合格评定程序，具有形式合法性、双重性、隐蔽性、欺骗性、灵活性、广泛性、不确定性和争议性等特点。技术性贸易壁垒已经取代反倾销，成为近年我国出口面临的一大非关税壁垒。我国受技术性贸易壁垒措施影响的出口额已达 450 亿 ~ 500 亿美元。

④利用 WTO 规则实行贸易保护。例如，WTO 允许成员国利用其有关协议保护本国的利益，反击遭到的不公平待遇。因此，采取与 WTO 不直接冲突的各种保护措施，已成为经济全球化过程中贸易保护主义的普遍形态，如根据国内法履行国际条约。一般意义上讲，国际条约高于国内法。但现阶段由于各国对如何处理国际法与国内法的关系缺乏统一标准，因而一些国家只执行符合自己国家利益的国际条约，很多时候将国内法凌驾于国际条约之上。如美国贸易法中的“301”条款规定，美国可以对来自国外的“不公平”和“不合理”的贸易活动采取单边贸易制裁。

又如，利用区域贸易组织保护成员国利益。区域一体化组织具有排他性特征，被视为对成员国的一种贸易保护。通过“内外有别”的政策和集体谈判的方式，区域一体化协定在为成员国创造更有利贸易条件的同时，却往往对非成员国构成了歧视。

⑤特保措施。它不同于一般保障措施，它往往只针对中国。其他国家可以向中国采取特保措施，而中国却不能逆向施加于别国。而且我国某一类产品遭遇特保，可能会引起其他国家连锁反应。如 A 国对我国采取特保措施，B 国就可以“中国对 A 国的产品无法出口，将会转向到 B 国”为借口，同样申请对我国采取特保。

⑥我国加入 WTO 议定书 16 条，即“过渡性产品保障措施”，可能成为一些国家

对我国实施贸易保护的新手段。

贸易保护主义乃至贸易壁垒的存在,看来将是一个与经济全球化长期纠缠在一起的问题;从事纺织品、服装贸易时,必须估计到这一新特点。

第二,从20世纪中叶(第二次世界大战后)开始的世界范围纺织工业大转移,在20、21世纪之交大体完成,随之出现了纺织、服装业主要生产国家和纺织品服装主要进出口国的大换位。发达国家(美、日和西欧各国)转而成为主要进口国,中国和印、巴、泰、越、印尼、土耳其、墨西哥等发展中国家转而成为主要出口国。更深入一层看,一部分发达国家基本退出纺织、服装加工业,改而致力于化纤工业(如美国、日本)和纺织机械制造业(如意大利、德国、瑞士)以至纺织品和服装、服饰的跨国营销。一部分发达国家基本退出低端以至中档纺织品服装的工业生产,改而致力于以高附加值、高科技产品、名牌产品进军国际市场(包括中国市场)。特别是日本、意大利、法国、德国、西班牙近年在高端纺织品服装设计、生产、贸易领域大显身手,并有明显的竞争优势。占世界1/5人口的中国市场,近年已成为这些国家出口优质纱线、织物和高档服装的重要角逐场所。

第三,一些发达国家的著名纺织、服装企业和跨国经营连锁商企,巧妙地利用其品牌(产品品牌,企业品牌)优势和跨国销售网络,迅速加强了在发展中国家(特别是中国和东南亚、南亚各国)做贴牌加工(OEM)的贸易。这些跨国公司从中获得的利润,甚至高于其原先从本国产业链、供应链中分得的利润水平。

第四,“自由贸易区”的发展。在经济全球化中应运而生的区域性“自由贸易区”或双边、多边“自由贸易协定”,也具有双重性:既可用作排他性的贸易保护手段,也可用作推进国际合作和国际合理分工的措施。总的来看应承认其合理成分和进步意义(虽然是带有局限性的进步)。

第五,对纺织品、服装品质的要求,从纱线、织物的强度和染色牢度、布面光洁、手感舒适、纹样花型设计、服装款式、色彩艺术设计等传统项目,发展到“生态纺织品”、“绿色产品”,以至对工业加工过程的环保要求、企业社会责任要求。这些由发达国家率先提出并在国际贸易中往往演进为强制性指标的贸易条件,在短期内无疑会对纺织品服装贸易起些负面作用,但从科技进步和社会现代化的大趋势看,有其必然性和合理性。

中国近、现代纺织工业的产品进入世界市场,迄今已有六七十年的历史。新中国成立后30年间,国内尚处于“人民衣被甚少”的短缺经济时期,能用于外销出口的货源是很有限的。再则,计划经济的管理体制,很难适应国际市场的市场经济大

环境。直到 1970 年纺织品、服装出口总值还仅 4.95 亿美元（其中纺织品 3.4 亿，服装 1.55 亿）。进入改革开放时期后，情况开始好转。从 1980 年到 1988 年，出口总值从 44.09 亿美元（纺织品 27.56 亿，服装 16.53 亿）增加到 113.3 亿美元（纺织品 64.58 亿，服装 48.72 亿），突破百亿美元大关；到 1988 年这一年，纺织品和服装出口总值均已居世界第三位。在这以后，呈现加速度发展的局面。2000 年达到 520.8 亿美元（纺织品 160.6 亿，服装 360.2 亿）；到此时，无论纺织品和服装，出口总值均已稳居世界首位。

2001 年 12 月 11 日，中国成为 WTO 的第 143 个正式成员。

2005 年 1 月 1 日，《纺织品与服装协议》完成历史任务，实行了几十年的配额制度随之取消。

在一个全新的国际发展环境下，虽然不断受到贸易保护主义的羁绊，中国纺织品服装出口出现了更加令人瞩目的发展。2006 年纺织品、服装出口总值达到 1470.8 亿美元（纺织品 522.54 亿，服装 948.30 亿），同比增长 25%。面对发展速度过快的新情况，中国作为一个负责任的大国，最近几年商务部出台了一系列适当控制出口增幅的自我约束措施。

值得注意的是：我国纺织品、服装外销出口的新一轮大发展，是健康、扎实、有效益的发展。具体表现在：进入 21 世纪以来，出口纺织品和服装的产品档次、平均单价，都出现逐年上升的新局面；纺织、服装各行各业，国际竞争力普遍有所增强；自主性较强的“一般贸易”出口比重大增，2000 年为 55.6%，2005 年为 69.7%；市场多元化的发展趋势明显，经济安全方面的风险有所降低。纺织品、服装外销出口持续快速发展，在多个方面对我国经济、社会发展起了有益的作用。

第一，为解决城乡人民就业问题作出了重要的贡献。2005 年纺织、服装全行业从业人员为 1960 万人。在全国规模以上工业企业中，纺织行业的从业人数 2000 年占 13.28%，2005 年占 14.16%。此外，与纺织业有关的三产也是重要的就业领域。如果包括商业外贸和纺织原料初加工，纺织、服装业关联领域的就业人员更是难以计数了。

第二，在“三农”问题方面，也有着无可替代的作用。纺织业现在一年使用天然纤维 730 多万吨，关系到 1 亿农民的生计。纺织业从纺织原料、纺织原料初加工到最终产品的产业链，是提升“三农”财富的一个极重要的渠道。纺织工业大量使用农民工，提高了约 1000 万农民家庭的收入。以东部沿海农村为主，大量纺织、服装产业群的出现，对逐步解决二元经济和农村城镇化问题具有重大现实意义。

第三,在出口创汇方面更是贡献突出。纺织工业出口创汇总额近年来已低于机电行业,从第一位退居第二位,但其贸易顺差仍处于绝对领先地位。2002年纤维制品贸易顺差485.93亿美元,2003年纤维制品贸易顺差645亿美元,分别为全国同期贸易顺差的1.6倍和3倍。2005年、2006年纺织品服装贸易顺差分别为1004.36亿美元、1290.34亿美元,都突破1千亿美元的大关。

第四,据国家统计局投入产出调查,纺织缝纫业对电力、蒸气等能源的直接消耗系数,在全部17⁹个行业中,除金融保险业外,消耗系数是最低的。而纺织、缝纫业对国民经济的影响力系数,高出全部17个行业平均值的25%。

中国现在不仅是纺织品、服装的主要出口国,同时也是纺织品、纺织原料、纺织机械的主要进口国。这一新特点已在世界范围引起普通关注。

纺织品(纱线、织物、产业用纺织品、家用纺织品等)进口总值,1980年时还不到10亿美元(9.98亿);随着纺织品、服装外销出口的发展,纺织品(纱线、织物)的进口总值同步大增。1985年突破百亿美元大关(109.14亿);到2004年已上升为153亿美元,居世界第三位,仅次于欧盟(679.7亿美元)和美国(206.6亿美元),占全球份额的7.4%。其后在2005年进口154.9亿美元,2006年进口163.54亿美元,均保持较大规模。

中国近年更是世界纺织原料(棉花、羊毛、化纤和化纤原料等)的最大买家。棉花年进口量动辄一两百万吨(2004年190万吨,2005年257万吨),羊毛年进口量多年来一直保持在15万~25万吨的水平。在世界棉花、羊毛市场上,中国的购买动向均已举足轻重。化纤行业在产业迅速提升的情况下,其所需要聚酯、丙烯腈、己内酰胺的进口依存度都很高,进口量极大。

中国纺织工业和服装工业的产业规模巨大。2005年纺锭总数7176万锭,占世界纺锭总数的35%;织机91万台,占世界织机总数的38%。自20世纪80年代以来,中国一直是世界上最大的纺织机械、服装机械、化纤机械进口国,年进口总值一直保持在几十亿美元的水平。

中国纺织、服装产业这样的有进有出、大进大出、以进养出的贸易格局,无疑是经济全球化和中国实行对外开放国策的合理产物。这无疑也是中国纺织、服装产业与相关国家进行货物贸易的互利共赢的实际体现。因此,在从事纺织品、服装国际贸易时,现在不仅要着重研究外销出口问题,同时还应关注、研究“大纺织”范围的外贸进口问题。而且,做好进口工作,包括货源国选择、采购时机把握、以至外贸实务等,都有很多学问,切不可粗心大意。

据 WTO 统计, 中国在全球纺织品服装出口总值中所占份额, 在 2005 年已达 24%。在这样的情况下, 中国纺织品服装出口还有没有发展空间? 如果答案是肯定的, 那么, 今后增长点又在哪里? 还有, 在这样的新时期, 宜于采取什么发展战略?

WTO 在 2006 年 8 月发表的《世界贸易报告》有这样一个论断: “未来几年全球纺织品贸易增长主要取决于美国和欧洲的消费支出”; 而 “中国在上述两大市场的进口份额有望保持增长。” 又据中国海关统计, 除美国、欧洲外, 2005 年中国纺织品服装出口金额在 10 亿美元的地区、国家, 同比增长幅度为: 东南亚 23.2%, 中东地区 14.7%, 非洲 20.2%, 拉丁美洲 4.6%; 加拿大 53.4%, 澳大利亚 15.4%, 日本 5.6%, 俄罗斯 35.4%, 哈萨克斯坦 32.8%; 印度 48.6%, 孟加拉 21.1%, 南非 21.1%。这样的发展势头, 在 2006 年不仅得到保持还有所上升。由此可以预见: 在经济全球化和世界经济总体上保持发展势头共同作用下, 中国纺织品服装外销出口在今后一些年仍有一定发展空间。即使按 2004 - 2006 年这三年平均增长率 (2004 年 20.6%, 2005 年 21%, 2006 年 25%, 三年平均年增长率 22.2%), 打一个 50% 的保险系数, 仍有 10% 以上的年增长率。而这样的平缓增幅, 就中国纺织、服装产业现时的产能、原料资源、营销能力等条件来衡量, 应该不难做到。

当然, 为保持外销出口的良好发展势头, 中国纺织、服装产业部门和外贸部门, 必须作很大的努力。当前, 我国纺织品、服装对外贸易, 正面临四大挑战:

一是面临国际市场日益饱和的压力。2005 年我国纺织品服装出口已经占全球出口总额的 24%。出口规模的盘子已经很大。今后一些年在发达国家堵截和新兴国家竞争的双重作用下, 出口增长空间将越来越受到国际市场的约束。

二是我国外贸发展逐渐进入了高成本时期, 劳动力成本和资源成本的压力, 在逐步上升。低廉的劳动力价格一直是支撑我国劳动密集型产品出口的优势所在。今后一些年这项优势将逐渐下降以至不复存在。这是中国社会进步的合理结果。棉花、蚕茧的价格上扬以至高于国际市场价格, 已是近年的既成事实。

三是贸易保护主义日益加剧。尤其是一些苛刻的技术性贸易壁垒不断出台, 我国外贸发展的外部环境趋于严峻。

四是对外贸易失衡现象加剧、人民币汇率进入升值期, 企业进出口面临更多汇率风险。

为在新的历史条件下继续保持我国纺织品服装外销出口的持续发展局面, 应该采取一些新的发展战略和竞争策略。对此, 人们有如下一些共识:

1. 以全面提高创新能力为核心, 加强中国纺织业先进生产力建设。要加快使用

高新技术改造传统纺织业，大幅提高研发投入，发展原创技术。以开发新颖纺织面料为例：欧洲纺织企业大部分研发投入是销售收入的 5% ~ 10%，而中国近年，规模以上企业平均为 0.3%，规模以下企业绝大部分没有研发能力。由于缺乏研发能力，缺乏原创能力，我国织造业在国际供应网络体系中基本处于低端地位，在出口产品中获得的利润仅为全部利润的 20% 左右。加强自主创新能力，乃是我国纺织服装业以同样出口数量获得更多出口总值和利润的关键所在。

2. 发展自主品牌。加强品牌建设实行品牌战略，这是一些发达国家纺织服装业以少胜多、提升出口产品平均价格普遍行之有效的营销手段。而这恰恰是我国纺织、服装业的软肋。由于缺乏自主品牌，只能以廉价换取微薄利润。中国虽有 170 多种商品居世界第一，却没有一个世界级出口品牌。任何一个贸易强国的崛起，都离不开自主品牌的支撑。中国纺织、服装业在这方面应急起直追。

3. 经营管理要创新，转变粗放、封闭式管理，适应跨国配置资源、跨国生产方式、跨国营销方式，加强要素组织能力。并尽快形成中国自己的跨国公司，提升中国企业掌控跨国生产和营销网络的能力，扩大自身的财富空间。为此还应加快企业信息化建设，增强产业快速反应的能力。

4. 在纺织、服装各行业倡导产业链的合理整合，避免无序竞争。近年在纺织品、服装出口方面，市场竞争很不规范。由于劳动法、劳动保障、环保等法律、法规执行不平衡，造成了不同地区、不同企业间的不公平竞争。既造成部分地区低水平生产能力的无序扩张，也影响了优势企业产能和竞争力的发挥。结果就是出口产品价格上不去或上得不够，甚至还有削价竞争造成两败俱伤的情况。在中国纺织、服装工业整体优势业已形成、国际市场发展空间业已拓展的新形势下，采取经济办法解决好这个问题，将会变得容易一些。这主要就是：在互利条件下进行产业链、供应链的整合。例如，通过上、中、下游纺织工业企业以至农、工、商贸企业之间的相互持股（法人股），从根本上协调这些关联企业的利益。又例如，通过并购、重组、联合，打造综合竞争力更为强大的中小“舰队”以至大“舰队”。再例如，围绕品牌建设和品牌战略，组成稳定的“贴牌加工”关系工贸企业群。可供选择的产业链、供应链整合模式是很多的。

5. 注意发展与国外企业界的合作共赢。特别是与国外的重要纺织、服装企业或重要商贸企业（综合商社），组成相对稳定的跨国供应链。实现中国纺织、服装企业的加工能力与国外企业的跨国经营、销售网络的优势互补。这种合作共赢对中国企业界来说，既能避免（以至消除）贸易摩擦，又能使纺织品、服装出口登上一个新

的发展平台。

我国纺织服装业的一些骨干企业，近年已普遍积累起自主经营出口业务的经验；并有一些企业通过 OEM 加工贸易和参加重要展会，已拥有自己的外销出口渠道。同时，当前国家在政策、法规上为纺织、服装企业“走出去”、开展跨国经营开了绿灯。在这样的形势下，探索、实行多种多样与贸易伙伴国企业界“合作共赢”的模式，不仅已切实可行，并将对我国纺织品、服装企业界推进国际贸易具有深远意义。

本书的编纂，是本着中国商务出版社的一项创意，由中国国际贸易学会和原中国纺织总会纺织工业咨询委员会两方面的主要成员，通力合作，历时两年，几经修改补充，方得以完稿付印。这样的由外贸系统和纺织工业系统一些专家联手编写、编纂的安排，是基于本书的一条编辑方针：同时面向外贸和工业两个产业部门从事纺织品服装国际贸易的企业和专业人士；力求从外贸知识和工业知识的结合上，全方位地为读者提供纺织品服装贸易的基础知识和必备资料，并做到讲内行话，具内行眼光。

本书从章节安排到内容剪裁，都力求做到“实用”，力求贴近纺织品、服装外贸第一线的实际需要。基本上是一部工具书，并可用作纺织品服装外贸的培训教材。当然，对有关经济领导机关和商会、协会，也是有帮助的。

本书为《纺织品服装国际贸易基础知识》与《纺织品服装外贸业务手册》的合编本。前者提供比较系统的基础知识，后者集中有关纺织品服装贸易的多项必备资料以供查阅。中国商务出版社这样的一个创新做法，也是基于增强本书“实用性”的考虑。同时，当能为读者带来便利和效率。

纺织品服装国际贸易的重要性及其持续发展的需要，催化出这样一本厚厚的专业工具书。希望这本工具书的出版，能对奋斗在纺织品服装国际贸易第一线的工贸企业和数以十万计的贸易界、工业界有关人士，有所实际帮助。

前纺织工业部办公厅主任

吴鹤松

2007年7月28日

编辑说明

一、本《手册》以从事纺织品、服装国际贸易的企业和业界人士为主要服务对象，其内容选择和资料剪裁悉以实用为准则。

二、作为头绪纷繁的经贸业务的实用性手册，为便于查找、应用，《手册》各个部分力求文字简约，能略则略；但有的部分该详就详。

例如：详尽收入“纺织品服装国际贸易常用英文术语和缩略语”。

例如：完整收录“世界海关组织统一制定的纺织品服装商品名称及编码”。

三、《手册》从卷帙浩繁的纺织染、服装词典中，经过反复筛选在“国际贸易常见纺织品服装工艺名词汉英对照”中收录 600 多个词目、词组，期望在常见、常用词目、词组范围内对读者有所帮助。

四、纺织品服装国际贸易是竞争激烈的货物贸易。无论名企、名牌或商展，都在优胜劣汰中频繁地变动着。因此，《手册》编列的重要商贸企业、重要商展和“出口百强”名单等，不能不具有一定时间性。建议读者在《手册》的基础上，随时、随手进行增删、调整，庶几常用常新。

目 录

上 篇

纺织品服装国际贸易基础知识

第一章	纺织品服装国际贸易概况和发展战略	(3)
第二章	国际纺织品贸易常规商品的商品学知识	(34)
第三章	国际服装贸易常规商品的商品学知识	(63)
第四章	纺织品、服装的商品包装、商品标志	(80)
第五章	国内外主要生态纺织品的技术标准	(91)
第六章	国际纺织品服装贸易应遵守和可运用的 WTO 规则体系	(120)
第七章	纺织品服装出口的贸易方式	(139)
第八章	纺织品服装国际贸易的交易磋商和合同签订	(155)
第九章	纺织品服装进出口的海关管理和关税	(161)
第十章	纺织品服装出口贸易分类概览 (上)	(185)
第十一章	纺织品服装出口贸易分类概览 (下)	(200)
第十二章	纺织工业进口贸易实务	(213)
第十三章	纺织机械进出口	(227)
第十四章	主要国家和地区的纺织品服装市场	(252)

下 篇

纺织品服装外贸业务手册

一、	国际贸易常见纺织品服装商品名称索引	(277)
二、	国际贸易常见纺织品服装工艺名词汉英对照	(283)
三、	纺织品服装国际贸易常用英文术语和缩略语	(291)
四、	世界海关组织统一制定的纺织品服装商品名称及编码 (2007 年版)	(305)
五、	美国、欧盟等海关纺织品服装分类和中英文商品名称	(461)

六、 纺织品服装国际贸易的有关国际组织·····	(476)
七、 从事纺织品服装贸易的重要商贸企业（海外部分）·····	(491)
八、 国际著名纺织服装企业（海外部分）·····	(496)
九、 国际性纺织品服装贸易展览会·····	(504)
十、 中国纺织全行业出口百强企业及纺织服装名城名镇·····	(530)
十一、 纺织服装专业网站网址·····	(536)
十二、 纺织工业“十一五”发展纲要（摘选）·····	(539)
参考文献·····	(547)
后记·····	(549)

上 篇

纺织品服装国际贸易基础知识